



© Petra Dressler

Januar bis März 2024
Teil 2: Konzernübersichten

P7S1: Es geht zur Sache

Von Gert Hautsch

24. April 2024

Die Quartalsberichte stützen sich auf die Auswertung von Internetseiten, Zeitungen, Fachzeitschriften, Informationsdiensten, Verbands- und Unternehmenspublikationen. Verweise im Text auf vorangegangene Quartalsberichte erfolgen als Abkürzung.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

In zwei Jahren wolle er seinen Hut nehmen, ließ Thomas Rabe Anfang März 2024 wissen. Dann werden gleich drei Posten als Vorstandsvorsitzende frei, die er derzeit in Personalunion besetzt: bei der *Bertelsmann SE & Co. KGaA* in Gütersloh, der *RTL Group SE* in Luxemburg und der *RTL Deutschland GmbH* in Köln. Ganz freiwillig dürfte der angekündigte Abgang nicht sein, denn schließlich hat Rabe in jüngster Zeit alle ambitionierten Pläne in den Sand gesetzt (QB 4/22-2, S. 4 f.). Derzeit steht der größte deutsche „Medien- und Inhaberkonzern“ (Eigenbezeichnung) ohne strategisches Konzept da.

Thomas Rabe kündigte seinen Abschied an.

Das hindert nicht, stolz auf die eigene Leistung zu sein. Rabe bei der Präsentation des Geschäftsberichts für das abgelaufene Jahr: „Wir blicken auf ein gutes Geschäftsjahr 2023 zurück.“ Der Konzernumsatz ist zwar minimal geschrumpft, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sogar deutlich, aber der Nettoprofit (Konzerngewinn) ist um mehr als ein Viertel gestiegen. Organisch, d. h. um Sondereffekte bereinigt, ist der Umsatz um 0,8 Prozent gestiegen. Auch das Eigenkapital ist etwas mehr geworden.

Wirtschaftszahlen¹ der Bertelsmann SE & Co. KGaA (Millionen Euro)

	2021	2022	2023	23/22 (%)
Umsatz	18.696	20.245	20.169	- 0,4
<i>RTL-Group</i>	7.016	7.224	6.854	- 5,1
<i>Arvato</i>	5.035	5.564	5.476	- 1,6
<i>Penguin Random House</i>	4.030	4.223	4.532	+ 7,3
<i>Gruener+Jahr</i>	1.051	-	-	-
<i>Marketing Services (Printing Gr.)</i>	1.319	1.572	1.317	- 16,2
<i>BMG (Musik)</i>	663	866	905	+ 4,5
<i>Education Group</i>	283	622	876	+ 40,8
<i>Investments</i>	589	411	432	+ 5,1
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	- 239	- 237	- 223	-
EBITDA (operational) ¹	3.241	3.192	3.119	- 2,3
<i>RTL-Group</i>	1.416	1.323	1.173	- 11,3
<i>Arvato</i>	825	877	895	+ 2,1
<i>Penguin Random House</i>	755	666	664	- 0,3
<i>Gruener+Jahr</i>	134	-	-	-
<i>Marketing Services (Printing Gr.)</i>	60	21	29	+ 38,1
<i>BMG (Musik)</i>	144	195	194	- 0,5
<i>Education Group</i>	86	192	283	+ 47,4
<i>Investments</i>	68	37	21	- 43,2
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	- 113	- 119	- 140	-
Konzerngewinn	2.310	1.049	1.326	+ 26,4
Wirtschaftliche Investitionen ²	1.998	2.168	1.583	- 27,0
Nettofinanzschulden	959	2.249	2.267	+ 0,8
Beschäftigte (Jahresende)	145.027	164.691	80.418	- 53,0

¹ aus fortgeführten Aktivitäten² inkl. übernommener Finanzschulden

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 30. 3. 2023 und 26. 3. 2024; Geschäftsbericht 2023, S. 2, 12

Für die suboptimale Performance von *Bertelsmann* ist hauptsächlich die *RTL Group* verantwortlich. Sie war viele Jahre lang die Melkkuh für den Konzern, Umsätze und Profite sprudelten. Das ist vorbei, seit die Konkurrenz der globalen Streamingplattformen (*Netflix*, *Amazon Prime* u. a.) das Geschäft verderben und zudem die Werbeerlöse geschrumpft sind. Am stärksten ist letzteres in Deutschland der Fall: Seit 2019 seien hierzulande die Erlöse aus Reklame um 20 Prozent eingebrochen, teilte Thomas Rabe mit – mehr als in anderen Ländern. Er gab sich aber optimistisch: „Ich hoffe, dass wir gerade den Beginn einer Trendwende sehen.“ Im ersten Quartal 2024 habe *RTL Deutschland* sieben Prozent mehr Werbebuchungen gehabt als im Vorjahr, für das Gesamtjahr wird ein Zuwachs um drei Prozent erwartet.

Die RTL Group hat Probleme.

Das Magazinesgeschäft, das bis 2021 im Geschäftsbereich *Gruener+Jahr* organisiert war und danach teils abgewickelt oder abgestoßen, teils bei *RTL Deutschland* untergebracht worden ist, findet sich im Geschäftsbericht nur noch als Randnotiz. Wie viel Umsatz mit Zeitschriften (gedruckt oder digital) herein kommt, wird nicht mitgeteilt. Der Chef der neuen „Publishing-Einheit“ namens *Gruener+Jahr*, Bernd Hellermann, hatte im November 2023 Einzelheiten genannt: Sein Tätigkeitsfeld umfasst die Marken „Brigitte“, „Gala“, „Schöner Wohnen“, „Couch“, „Häuser“, „Eltern“, „Geolino“ und „Chefkoch“. Das bedeutet: Mehr als 30 Zeitschriften, rund 700 Arbeitsplätze und 80 Prozent des Umsatzes sind verschwunden.

Gruener+Jahr ist zu einer „Publishing-Einheit“ geworden.

Der Hamburger Standort läuft unter dem Namen von *RTL Deutschland*. Er beheimatet neben dem neuen *Gruener+Jahr* auch *RTL News* mit Marken wie „Stern“, „Geo“ und

„Capital“, die Vermarktungsfirma *Ad Alliance* und den *Deutschen Pressevertrieb*. Dass es Gruner + Jahr überhaupt noch als Einheit gibt, sei nicht sicher gewesen, sagte Hellebrand in einem Interview („kress“, 6. 11. 2023). Zunächst habe man eine Vollintegration geplant. Aber „allein der Name Gruner+Jahr bringe wahnsinnig viel Identität mit sich“.

Die Streaminggeschäfte werden – anders als die mit Zeitschriften – im Jahresbericht ausführlicher geschildert. Dort heißt es: „Die Dienste RTL+ in Deutschland, 6play in Frankreich und RTL+ in Ungarn steigerten die Zahl ihrer zahlenden Abonnent:innen 2023 um 30,5 Prozent auf zusammen 5,6 Mio.; der Streaming-Umsatz wuchs um 72,6 Prozent auf 283 Mio. € (Vj.: 164 Mio. €).“ Gleichwohl bleibt das Engagement defizitär. Die Anlaufverluste belaufen sich auf 176 Millionen Euro.

Videostreaming bringt mehr Umsatz, schreibt aber Verluste.

Die Buchsparte *Penguin Random House* (PRH) hat ihren weltweiten Umsatz um 7,3 Prozent steigern können, organisch um 5,6 Prozent. Das operationale EBITDA ist minimal geschrumpft. Dieser Umstand muss als Begründung dafür herhalten, dass in den kommenden Jahren rund hundert Arbeitsplätze vernichtet werden sollen – zehn Prozent der Gesamtbelegschaft. Im laufenden Jahr sollen es 60 sein. Man hofft auf freiwillige Abgänge, ohne Entlassungen. *PRH* teilte mit, dass die Bedeutung gedruckter Bücher wieder zunehme, auch beim jungen Publikum. Der Anteil der E-Bücher an den Gesamtverkäufen sei von 20 Prozent vor einigen Jahren auf 14 Prozent gesunken – „ein Phänomen, das uns auch überrascht“.

Massenentlassungen bei PRH – trotz Umsatzwachstum

Bertelsmanns Umsatzzahlen für 2023 beschönigen die tatsächliche Lage. Im Lauf des Jahres sind Geschäfte verkauft worden, deren Umsatz nur noch zum Teil im Zahlenwerk erscheint, der Verkaufserlös aber schon vollständig. Das gilt z. B. für den Callcenterbetreiber *Majorel*, der eigentlich mit einem Konkurrenten fusioniert werden sollte, nach dem Scheitern des Plans aber abgestoßen worden ist. In der FAZ (27. 3. 24) wurde vorge-rechnet, dass sich der Umsatz ohne die verkauften Unternehmensteile schon 2023 auf 17,5 statt 20,2 Milliarden Euro belaufen hätte, das operationale EBITDA auf 2,6 statt 3,1 Milliarden Euro. Der Effekt wird sich nun in den Geschäftszahlen für das laufende Jahr negativ bemerkbar machen.

Das Ergebnis ist durch Sondereffekte geschönt worden.

Auch der Rückgang der Beschäftigtenzahl sei vorrangig auf den Verkauf von *Majorel* zurückzuführen, teilt die Konzernführung mit.

Bertelsmann hat im ersten Quartal 2024 den Verkauf des niederländischen Fernsehgeschäfts abgeschlossen und einige Firmen neu gekauft:

- *PRH* hat im Februar den Münchener *Tulipan-Verlag* übernommen. Nach Meinung des Managements handelt es sich dabei um „eine Perle im Segment Kinderbuch“.
- Die *RTL Group*, bzw. deren Tochterkonzern *Fremantle Media*, hat die französische Produktionsgruppe *Asacha* mit Sitz in Paris gekauft. Sie unterhält acht Firmen in Frankreich, Italien und Großbritannien.
- Kurz zuvor hatte *Fremantle* schon 80 Prozent der Produktionsfirma *Beach House Pictures* in Singapur gekauft. Der Kaufpreis für beide Transaktionen wird auf 200 Millionen Euro geschätzt.
- *Bertelsmann Investments* hat für einen zweistelligen Millionenbetrag das Münchener Pharma-Tech-Unternehmen *Extedo* erworben. Die Übernahme ist Teil einer Strategie, wonach der „Wachstumsbereich Digital Health“ ausgebaut werden soll.

Unternehmenskäufe im ersten Quartal 2024

ProSiebenSat.1 Media Group SE

In Unterföhring könnte sich die jüngste Geschichte wiederholen. Man erinnere sich: Im Oktober 2022 musste der Vorstandsvorsitzende Rainer Beaujean seinen Hut nehmen, weil er sich mit dem Großaktionär *Media for Europe* (MFE) angelegt hatte (QB 4/22-2, S. 5 f.). Der italienische Medienkonzern, der unter dem Kommando der Familie Berlusconi steht, hatte sich in den Jahren davor eine Sperrminorität von mehr als 25 Prozent bei *P7S1* zusammengekauft und verlangte einen Kurswechsel in der Konzernstrategie: Die Internetbeteiligungen (Partnerbörsen, E-Handel u. a.) sollten verkauft, das Fernsehgeschäft gestärkt werden. Beaujean lehnte das öffentlichkeitswirksam ab, deshalb musste er gehen („Abfindung“: 8,7 Millionen Euro).

Der Konflikt mit MFE geht in eine neue Runde.

Mit dem neuen Chef Bert Habets schien man bei *MFE* zufrieden zu sein, er übernahm die strategischen Vorgaben aus Mailand. Das fiel ihm nach außen hin nicht schwer, denn eigentlich ist ein Verkauf von *P7S1*-Konzernanteilen derzeit zu lukrativen Preisen kaum möglich, das Börsenumfeld lässt das nicht zu. Vor der virtuellen Hauptversammlung (HV) am 30. April 2024 hat *MFE* (mit inzwischen knapp 30 Prozent Stimmenanteil) deshalb seine Forderungen deutlich verschärft. Der Aufsichtsrat soll teilweise neu besetzt werden. Und es gehe nicht mehr um einen Verkauf irgendwann, sondern um eine Aufspaltung des Konzerns jetzt, ist die Ansage. Die beiden Segmente „Dating & Video“ und „Commerce & Ventures“ sollen aus dem Konzern herausgelöst und in eine eigenständige Holding gesteckt werden. Dazu hat *MFE* für die HV eine Beschlussvorlage eingebracht, die den Vorstand hierzu verpflichten würde. Ein Spaltungs- und Übernahmevertrag müsste dann spätestens bei der nächsten HV 2025 zur Abstimmung vorgelegt werden.

Es droht die Zerschlagung des P7S1-Konzerns.

Bert Habets als Vorstandsvorsitzender und Aufsichtsratschef Andreas Wiele haben sich ausdrücklich gegen diese Ansinnen verwahrt. Die Vergleichs- und E-Handels-Portale sollen zwar abgestoßen werden, bis dahin aber im Konzern bleiben, damit eventuelle Erlöse ins Bewegtbild-Geschäft investiert werden könnten. Immerhin: Der Verkaufsprozess für *Flaconi* und *Verivox* ist Mitte April 2024 offiziell in Gang gesetzt worden.

Die Konzernführung lehnt die Zerschlagungspläne ab.

MFE hat Ende 2023 bei den deutschen und österreichischen Kartellbehörden die alleinige Kontrolle über *P7S1* angemeldet. Der Konzern könnte jederzeit auf 30 Prozent aufstocken und den anderen Aktionären ein Übernahmeangebot machen. In diesem Zusammenhang wirft ein Manöver vom Anfang April 2024 Fragen auf: Die Aufsichtsrätin und *MFE*-Statthalterin Katharina Behrends hat für rund 12.000 Euro *P7S1*-Aktien gekauft. Sie wird das nicht aus eigenem Antrieb getan haben. Sie könnte jederzeit ihr Depot an ihren Arbeitgeber abtreten, der dann die 30-Prozent-Schwelle überschritte. Eine dezente Erhöhung des Drucks auf die *P7S1*-Führung.

MFE hat das erklärte Ziel, einen europäischen Unterhaltungskonzern unter eigener Regie zu schaffen. Der deutschsprachige Markt wäre dessen Kern. Das würde nach einer Aufspaltung von *ProSiebenSat.1* deutlich leichter fallen, denn dann bliebe dem Konzern in Unterföhring nur noch das Entertainmentgeschäft, und damit allein wäre er kaum lebensfähig. Wie schon 2022 stehen sich kontroverse strategische Interessen gegenüber.

Das Ziel: P7S1 als Bestandteil eines Medienverbands unter der Führung von MFE

Ob es den Italienern gelingt, ihre Forderungen durchzusetzen, wird entscheidend davon abhängen, wie sich der zweite Großaktionär positioniert, der tschechische *První Privátizační Fond* (PPF) mit Sitz in Amsterdam und Prag. Er hält zwischen zehn und zwölf Prozent der Aktien und hat öffentlich zum aktuellen Konflikt nicht Stellung bezogen. Zuvor allerdings hatte er sich über die strategische Ausrichtung von *ProSiebenSat.1* recht ähnlich geäußert wie *MFE*.

Für einen Beschluss zur Zerschlagung von *ProSiebenSat.1* wären auf der Hauptversammlung 75 Prozent der anwesenden Stimmen erforderlich. Üblicherweise sind etwa die Hälfte der Stimmrechte vertreten. Folglich bräuchte *MFE* noch knapp zehn Prozent zusätzlich; kein aussichtsloses Unterfangen. Unterstützung finden die Italiener bei einem weiteren Akteur: Der Investmentfonds *Amber Capital* wird die Aufspaltungspläne unterstützen. Als Begründung sagte dessen Chairman Joseph Oughourlian in bemerkenswerter Offenheit: „... wir glauben, dass dies der einzige Weg ist, Mehrwert für die Aktionäre zu schaffen“. *Amber Capital* hält etwa ein Prozent Anteile an *P7S1*. Er ist einer von 15 „institutionellen Investoren“.

Das Vorhaben ist nicht aussichtslos.

Der politische Widerstand aus der bayerischen Staatskanzlei gegen eine Übernahme von *ProSiebenSat.1* durch *MFE*, der 2022 noch lautstark verkündet worden war und sogar zu einer Änderung des Mediengesetzes führte, ist inzwischen verstummt.

Kein politischer Widerstand

Vor dem Hintergrund dieser Kontroversen hat das Management von *ProSiebenSat.1* Anfang März 2024 die Geschäftszahlen für das vergangene Jahr veröffentlicht. Der Umsatz ist um 7,5 Prozent zurückgegangen, das bereinigte EBITDA „wie erwartet“ um 14,8 Prozent. Der Nettoverlust hat sich fast verdreifacht. Der Konzernvorstand möchte den Blick weg vom gesamten Geschäftsjahr und hin zum vierten Quartal lenken, denn da ist der Umsatz gestiegen, das bereinigte EBITDA hat sogar um elf Prozent über dem Vorjahr gelegen. Grund waren die deutlich höheren Werbebuchungen. Zudem hatte die Streamingplattform „Joyn“ ihr bislang stärkstes Quartal abgerechnet. Das Portal verzeichnete einen Umsatzzuwachs um 37 Prozent.

Geschäftsentwicklung 2023: P7S1 ist geschrumpft und hat Verluste gemacht.

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media SE (Millionen Euro)

	2021	2022	2023	23/22 (%)
Außenumsatz	4.495	4.163	3.852	- 7,5
- Entertainment	3.098	2.888	2.574	- 10,9
- Dating & Video	542	518	434	- 16,2
- Commerce & Ventures	855	757	844	+ 11,5
Werbeerlöse	.	2.396	2.224	- 7,2
EBITDA	803	666	140	- 79,0
Bereinigtes EBITDA	841	678	578	- 14,8
- Entertainment	698	563	473	- 16,0
- Dating & Video	119	99	72	- 26,3
- Commerce & Ventures	50	41	59	+ 43,9
- Überleitung (Holding usw.)	- 26	- 25	- 27	-
Konzernergebnis	451	- 49	- 134	-
Bereinigtes Konzernergebnis	365	301	225	- 25,3
Nettofinanzschulden (31.12.)	1.852	1.613	1.546	- 4,2
Beschäftigte (Jahresdurchschnitt)	7.906	7.284	7.188	- 1,3

Quelle: Geschäftsbericht 2023 der ProSiebenSat.1 Media SE, S. 2, 160, 161,

Auch wenn die Geschäfte geschrumpft sind, hat *P7S1* im vergangenen Jahr mehr als 70 Millionen Euro für Abfindungen gezahlt. Der größte Teil davon waren Zahlungen an Beschäftigte, die das Unternehmen im Rahmen des Abbaus von 400 Vollzeitstellen verlassen mussten. Der Ex-Vorstand Wolfgang Link, der Mitte 2023 den Abflug machte, bekam 4,5 Millionen Euro hinterhergeworfen. Er war, wohl gemerkt, auf eigenen Wunsch gegangen, nicht etwa entlassen worden.

70 Millionen für Abfindungen

Axel Springer SE

Axel Springer muss seit seinem Abschied von der Börse 2020 keine zeitnahen Geschäftszahlen mehr veröffentlichen. Allerdings erscheinen im *Bundesanzeiger* Berichte mit Verzögerung. Dort zeigt sich für 2021 eine sehr positive Entwicklung. Der Umsatz ist um 15,8 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gewachsen, der journalistische Bereich („News Media“) stellt knapp 56 Prozent des Konzernumsatzes, davon 35 Prozent im Inland. Das Ebitda hat sich um 12,6 Prozent vergrößert, der Nettoprofit (Konzernüberschuss) mehr als verdoppelt.

Geschäftszahlen für 2021: Springer ist deutlich gewachsen.

Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE (Millionen Euro)

	2020	2021	+/- %
Konzernumsatz	2.917,6	3.379,2	+ 15,8
- Classifieds Media	1.063,1	1.313,2	+ 23,5
- Aviv (Immobilien)	506,4	509,9	+ 0,7
- Stepstone (Stellen)	556,8	812,0	+45,8
- News Media	1.702,9	1.880,4	+ 10,4
- Umsatz national	1.184,9	1.180,5	- 0,4
- Umsatz international	517,9	699,9	+ 35,1
- Marketing Media	146,3	177,2	+ 21,1
- Service/Holding	5,2	7,7	+ 48,1
Werbeerlöse	2.043,4	2.453,6	+ 20,1
- Classifieds Media	1.010,8	1.253,5	+ 24,0
- News Media	905,3	1.053,5	+ 16,4
- Marketing Media	127,3	145,5	+ 14,3
- Service/Holding	0,0	1,1	-
Vertriebs Erlöse (News Media)	521,4	525,8	+ 0,8
Bereinigtes EBITDA	633,3	712,9	+ 12,6
Konzernüberschuss	208,2	439,2	> 100
Nettofinanzschulden	1.807,0	2.424,2	+ 34,2
Beschäftigte (Jahresdurchschnitt)	16.213	16.835	+ 3,8
- Classifieds Media	5.301	5.425	+ 2,3
- News Media	9.333	9.758	+ 4,6
- Marketing Media	1.007	1.157	+ 14,9
- Service/Holding	572	495	- 13,5

Quelle: AxelSpringer SE Konzernabschluss 2021; Bundesanzeiger, 27. 12. 2022, S. 11, 52 f.; eigene Zusammenstellung

Für 2022, geschweige denn 2023, hat Springer noch keine zusammenhängenden Zahlen veröffentlicht. Vorstandschef Mathias Döpfner bezeichnete das Geschäftsjahr 2022 als „außergewöhnlich erfolgreich“ und zeigte sich „sehr zufrieden“. Der Konzernumsatz sei auf 3,9 Milliarden Euro gestiegen, das EBITDA auf 750 Millionen Euro. Für 2023 verriet er bislang nur so viel: „Wir haben unsere Umsatzziele ein wenig verfehlt“, aber „bei der Profitabilität haben wir überperformed“. Auf letzteres kommt es bekanntlich an.

2022: außergewöhnlich erfolgreich. 2023: weniger Umsatz, mehr Profit

Seit dem 19. Februar 2024 darf sich in Deutschland die Prominenz an den Schaltstellen der Macht über ein neues, speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Medienprodukt freuen: das „Berlin Playbook“. Das US-Nachrichtenportal „Politico“, das Springer 2021 für 881 Millionen Euro gekauft hat, bietet unter diesem Namen einen Newsletter für Politikjournalismus an (siehe auch Teil 1 dieses Berichts, S. 18). Die Redaktion greift nach ei-

genen Angaben auf ein journalistisches Netzwerk mit weltweit mehr als 600 Personen zurück. „Politico“ selbst hat rund 1.100 Beschäftigte in den USA und Europa.

„Politico“ gibt's nun auch in Deutschland.

Neben „Politico“ betreibt *Springer* ein weiteres Portal für Politikjournalismus mit dem Schwerpunkt Wirtschaftsinformationen: den „Business Insider“ mit der Zentrale in den USA und Ablegern in zahlreichen Ländern, darunter Deutschland. Im Mutterland jenseits des Atlantiks werden einer Ankündigung vom Januar 2024 zufolge acht Prozent der Belegschaft entlassen. Zur Begründung wurde angegeben, dass man einen inhaltlichen Strategiewechsel vorhabe und dazu die Teams „neu ausrichten“ wolle.

Mathias Döpfner hat in einem Interview mit der „Neuen Zürcher Zeitung“ (10. 4. 2024) Einblicke in seine Vorstellungen zur Zukunft seines Konzerns und der Medienwelt gegeben. In einer Zusammenfassung des Redakteurs Marc Felix Serrano liest sich das so: „Es gehe darum, ein KI-unterstütztes Unternehmen zu formen, das nicht obsolet, sondern besser werde. Natürlich könne man KI als Bedrohung sehen; das sei sie auch. Aber er sehe vor allem den Nutzen.“ Und weiter: „Für alle möglichen produktionstechnischen Arbeitsschritte brauche es in Redaktionen bald keine Menschen mehr. ... Journalisten könnten sich künftig auf das konzentrieren, was den Beruf intellektuell ausmache, etwa investigative Recherchen, Reportagen und echte Neuigkeiten. KI bietet uns die Chance für eine Wiedergeburt der Zeitung.“

Mathias Döpfner als KI-Enthusiast

Die vollständige Digitalisierung des Medienangebots ist schon seit längerer Zeit das erklärte Ziel des *Springer*-Managements. Voraussetzung dafür ist ein tragfähiges Geschäftsmodell für „Online Only“. Publizistischer Kern des Konzerns ist in Deutschland nach wie vor die *Bild*-Zeitung, auch wenn sie dramatische Auflagenverluste erleidet. Im vergangenen Jahr hätten erstmals die Digitalumsätze die rückläufigen Print-Erlöse ausgeglichen, teilte der Vorstandsvorsitzende der *Bild*-Gruppe, Claudius Senst, mit. Der Gesamtumsatz der kompletten Gruppe (Print und Digital) habe einen mittleren dreistelligen Millionenbetrag erreicht und sei im zweistelligen Millionenbereich gewachsen. Darin sind Vertriebs- und Werbeerlöse enthalten.

Die „Bild“-Digitalumsätze haben die Printverluste ausgeglichen.

Die Digitalabos bei „Bild“ haben 2023 um rund elf Prozent auf 724.000 zugenommen, teilte Senst weiter mit, im Durchschnitt werden vier bis fünf Euro im Monat dafür gezahlt. Das würde Jahreseinnahmen zwischen 35 und 43 Millionen Euro bedeuten. Neben den Abonnements bei „BILDplus“ habe es Anfang 2024 rund 18 Millionen tägliche Besuche („Visits“) auf der Seite „Bild.de“ gegeben – eine Steigerung um 2,5 Millionen gegenüber dem Vorjahr. Dieses Angebot soll sich im Wesentlichen durch Werbeeinnahmen finanzieren.

Was all diese Zahlen nicht verraten ist, inwieweit die digitalen Angebote von „Bild“ (und parallel von „Welt“) Profite abwerfen. Das ist aber die letztlich entscheidende Frage. Offenbar funktioniert das noch nicht gut genug. Die „Bild“-Chefredakteurin Marion Horn ließ wissen, dass im vergangenen Jahr 200 von 850 Beschäftigten gegangen worden sind. Zudem ist die Zahl der Lokalredaktionen verkleinert und „Bild TV“ beendet worden. Die Gruppe betreibt jetzt neben dem neu gestarteten „Deutschland Desk“ fünf Standorte in Essen, Frankfurt am Main, Hamburg, Leipzig und München.

Ein Fünftel der „Bild“-Belegschaft ist entlassen worden.

Profit steht an erster Stelle, das versteht sich für kapitalistische Unternehmen von selbst. Bei *Springer* dürfte der Druck noch größer als üblich sein, denn dort gibt das Finanzkapital gibt den Ton vor. Der US-Investor *KKR* hält zusammen mit seinem Kompagnon *CPPIB* knapp die Hälfte des Aktienkapitals. Er wiederum ist seinen Geldgebern hohe Renditen schuldig. Der Einstieg bei *Springer* liegt fünf Jahre zurück, die für solche Investments übliche Zeitspanne nähert sich ihrem Ende. Dann wollen die Investoren ihre Anteile mit hohem Profit wieder loswerden.

Das dafür geplante Szenario sah schon für 2022 einen Börsengang des globalen Stellenportals *Stepstone* vor, ebenso wie den Verkauf des Immobilienportals *Aviv*. Wegen der Pandemie und derzeit der multiplen Krisen verzögert sich aber ein solcher Schritt. Börsengänge sind derzeit sehr riskant. Dadurch fehlt *Springer* das Geld, um entweder den US-Investor auszukufen und selbst wieder im Konzern die Macht zu übernehmen, oder lukrative Akquisitionen zu tätigen, mit denen der Firmenwert des Konzerns steigen würde.

Der Börsengang von Stepstone verzögert sich weiter.

Stepstone und *Aviv* stellen zusammen fast 40 Prozent des Geschäfts bei *Springer*. Sobald sie verkauft worden sind, verringert sich der Konzernumsatz entsprechend. Das dann verbleibende publizistische Geschäft wird erklärtermaßen global ausgerichtet, die Kernmärkte werden in den USA liegen. Eventuelle Akquisitionen werden ebenfalls jenseits der deutschen Landesgrenzen erfolgen. Die heimischen Bild- und Welt-Gruppen sind, bezogen auf den Kapitalmarkt, nur noch eine schrumpfende und zu vernachlässigende Größe. So haben die Autoren des „Manager-Magazins“ im Februar 2023 mit überzeugender Klarheit formuliert.

Das Magazin „Audio Video Foto Bild“ hat im Januar 2024 seine gedruckte Ausgabe abgeschafft. Das Mutterblatt „Computer Bild“ bleibt einstweilen als Printformat im Angebot, aber auch dort werde die Zukunft rein digital sein, ließ *Springer* wissen. Die Beschäftigten sollen an Bord bleiben.

„Audio Video Foto Bild“ nur noch digital.

Vor dem Berliner Landgericht läuft derzeit ein Spruchverfahren, das Einblicke in die Gepflogenheiten beim Umgang des *Springer*-Managements mit seinen früheren Kleinaktionären erlaubt. Beim Abschied von der Börse 2020 hatte der Konzern seinen verbliebenen Anteilseignern 63 Euro pro Aktie angeboten. Einige von ihnen – weniger als ein Prozent – ließen die Frist verstreichen und wurden anschließend in einem so genannten Squeeze-out-Verfahren zum Verkauf gezwungen. Sie bekamen 60,24 Euro pro Aktie.

Juristischer Streit über den Unternehmenswert von Springer

Worum es beim Prozess nun geht, ist nicht das Verfahren selbst (das war legal), sondern der erzwungene Verkaufspreis. Dem war ein Unternehmenswert von 6,5 Milliarden Euro zugrunde gelegt worden. Allein die Tochterfirma *Stepstone* sei aber schon acht bis zehn Milliarden Euro wert, argumentieren die Kläger bzw. deren Anwälte. *Springers* Immobilienportal *Aviv* sei mit weiteren acht Milliarden Euro zu bewerten. Deshalb verlangen sie eine Neubewertung des Gesamtkonzerns und eine deutlich höhere Abfindung für ihre Papiere. Wer damals freiwillig verkauft hat, bekäme nichts. Das Vermögen der Großaktionäre *KKR*, Friede Springer, Mathias Döpfner und der beiden Enkel Axel Springers würde sich entsprechend vergrößern.

Andere Medienunternehmen

Hubert Burda Media KG

Mitte Januar 2024 ist der Vorstandsvorsitzende des Burda-Konzerns Martin Weiss fristlos entlassen worden, weil „sein Ausblick auf die Richtung und die Schritte der Weiterentwicklung des Konzerns mit dem des Verwaltungsrates nicht mehr deckungsgleich“ war. Im Verwaltungsrat – und damit im Konzern – hat Verleger Hubert Burda die Macht. Der habe „Angst um sein Lebenswerk“ gehabt, wurde berichtet. Unter anderem habe Weiss angekündigt, dass gedruckte Zeitschriften künftig keine Rolle mehr spielen würden.

Vorstandschef Weiss ist entlassen worden.

Martin Weiss war auch Aufsichtsratsvorsitzender der börsennotierten Tochterfirma *New Work SE*, Muttergesellschaft des Karrierenetzwerks „Xing“. Dort ist Ende Januar 2024 angekündigt worden, dass 400 von rund 2.000 Arbeitsplätzen gestrichen werden sollen. Als Begründung wird ein Umbau der Organisationsstruktur angeführt. Ende März 2024 hat *Burda* seinen Anteil an *New Work* von gut 50 auf 74 Prozent erhöht.

20 Prozent Personalabbau bei „Xing“

Die Zeitschriften „Chip“ und „Chip Foto-Video“ waren seit Jahrzehnten etablierte *Burda*-Titel, sie wurden aber trotzdem zum 1. April 2024 „in neue Hände gegeben“. Nur die Digitalangebote will *Burda* künftig noch selbst betreiben. Die Lizenzen gingen an ein Unternehmen namens *Five Monkeys Media*, das eigens zu diesem Zweck geschaffen worden ist. Es handelt sich um ein Joint Venture der *Kouneli Holding* (Myriam Karsch, Florian Boitin) und der Firma *New C* (Wolfgang Heinen, Florian Schuster). Bei *Burda* sind elf Beschäftigte von der Auslagerung betroffen.

Auslagerung bei „Chip“

Heinrich Bauer Verlag KG

Der Hamburger Verlagskonzern hat seine Werbevermarktung neu ausgerichtet und vernichtet dabei kräftig Arbeitsplätze. Im vergangenen Jahr hatte man versucht, ein Werbebündnis mit den Konkurrenten *Funke* und *Burda* einzugehen, was aber am *Bundeskartellamt* (BKA) scheiterte. Anfang März gab die Verlegerin Yvonne Bauer nun bekannt, dass sie das Werbebusiness komplett aufgeben und an die RTL-Tochter *Ad Alliance* abtreten wird. Der Auftrag sei langfristig angelegt, wurde mitgeteilt. Die *Bauer*-Vermarktungsgesellschaft *BCN* wird zum Jahresende 2024 liquidiert, 147 Beschäftigte dürfen sich dann neue Jobs suchen. Die Pläne sind mit dem *BKA* abgestimmt, heißt es.

Bauer vermarktet seine Produkte nicht mehr selbst. 147 Stellen werden gestrichen.

Neben Publikumszeitschriften, bei denen *Bauer* in Deutschland Marktführer ist, hat sich der Konzern Hörmedien (Radio und Audiostreaming) als zweites Standbein aufgebaut, vorwiegend im Ausland. Dieser Bereich ist weiter gestärkt worden. Die Londoner *Sharp Stream*, ein Anbieter von Audio-Streaming-Software, gehört künftig zum *Bauer*-Imperium. Gleiches gilt für den Jugendmusiksender „Beat 102“, dessen Programm in Irland verbreitet wird.

Käufe und Verkäufe im Ausland

In anderen Bereichen hat *Bauer* sein Portfolio verkleinert. Im Februar 2024 hat der Verlag *Isartal Health Media* in Baierbrunn, eine Tochter des *Wort&Bild Verlags*, die Fachzeitschrift „PTA Woman“ in alleinige Regie übernommen. Sie war 2021 von *Bauer* und *Isartal Health* gemeinsam entwickelt und auf den Markt gebracht worden.

Schon im Januar 2024 wurde bekannt, dass *Bauer* die polnische *Semergy Group* an die *WeNet Group* in Warschau verkauft hat. *Semergy* ist die Holding für fünf Digitalagenturen, die sich auf kleinere und mittlere Unternehmenskunden spezialisieren. *Bauer* bleibt im Nachbarland ein wichtiger Akteur: Neben dem Verlags-, Druckerei- und Radiogeschäft betreibt der Konzern über die *Netrisk Group* Vergleichsportale in Polen.

Kontakt:

Matthias von Fintel
Bereichsleiter Medien
und Publizistik beim
ver.di-Bundesvorstand
10112 Berlin
matthias.vonfintel@verdi.de

Dr. Gert Hautsch
Fachredakteur
60318 Frankfurt am Main

V. i. S. d. P:

Christoph Schmitz
Leiter Fachbereich Medien,
Kunst und Industrie
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin